

ESTRATÉGIAS DE MARKETING APLICADO EM UM RESTAURANTE FAMILIAR DE PEQUENO PORTE

Kamila Pigatto Marcon¹, Sandi Cristina Kaufmann², Gilberto Pinzetta³

1. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

2. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó, SC

3. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Chapecó SC

Autor correspondente: Kamila Pigatto Marcon, kamilamarcon2017@gmail.com

Área: Ciências Sociais

Introdução: As empresas vêm enfrentando desafios para conquistar e manter o mercado em função da concorrência existente, e com o avanço da tecnologia, as empresas precisam inovar a forma que realizam o marketing para se adequar ao novo mercado. **Objetivo:** Este estudo tem por objetivo geral elaborar estratégias de marketing que possam diferenciar no mercado um restaurante familiar de pequeno porte da cidade de Caxambu do Sul. Os objetivos específicos são: diagnosticar as estratégias e ações de marketing; elaborar novas estratégias do composto de marketing; elaborar estratégias de marketing digital; elaborar um plano de ação para implementação das estratégias. **Método:** Foi utilizada como metodologia uma abordagem qualitativa e quantitativa, e tipo de pesquisa descritiva. A coleta de dados foi realizada por meio de uma entrevista com o proprietário e de um questionário estruturado no google forms, aplicado aos clientes do restaurante. **Resultados:** Como resultados, percebe-se que o restaurante não possui estratégias de marketing e também não há interação com os clientes digitalmente. Os clientes sugerem que o restaurante realize um cardápio diferenciado, tele-entrega e também que realize a divulgação do cardápio com um dia de antecedência. **Conclusão:** Conclui-se que a empresa não possui estratégias para fidelizar e atrair novos clientes e com isso, foi proposto um plano de ação baseado na abordagem 5W2H. As ações sugeridas como melhorias, são voltadas às sugestões identificadas nas respostas dos participantes da pesquisa, e visam melhorar o desempenho do restaurante.

Palavras-chave: Estratégia; Marketing; Mercado.

